

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
dr. SOPHIA *HOUSE OF BEAUTY* BANJARMASIN**

TESIS

**Diajukan Kepada
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister dalam Ilmu Manajemen**



Oleh

**GUSTI DILLA KHARISMA
NIM. P100140047**

**MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

NOTA PEMBIMBING

Prof. DR. H. M. Wahyuddin
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas
Hal: Tesis Saudara Gusti Dilla Kharisma

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama	: Gusti Dilla Kharisma
NIM	: P 100140047
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan dr. Sophia <i>House of Beauty</i> Banjarmasin

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu 'alaikum wr.wb.

Surakarta, 14 November 2016
Pembimbing

Prof. DR. H. M. Wahyuddin

NOTA PEMBIMBING

Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas
Hal: Tesis Saudara Gusti Dilla Kharisma

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

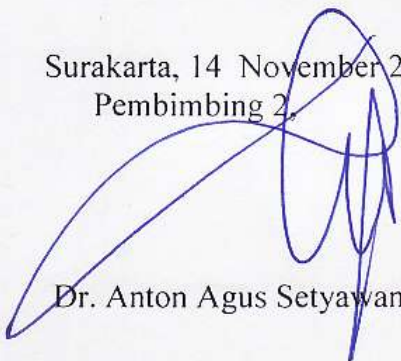
Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama	: Gusti Dilla Kharisma
NIM	: P 100140047
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan dr. Sophia <i>House of Beauty</i> Banjarmasin

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Surakarta, 14 November 2016
Pembimbing 2.



Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si

TESIS BERJUDUL
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
***WORD OF MOUTH* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**
dr. SOPHIA *HOUSE OF BEAUTY* BANJARMASIN

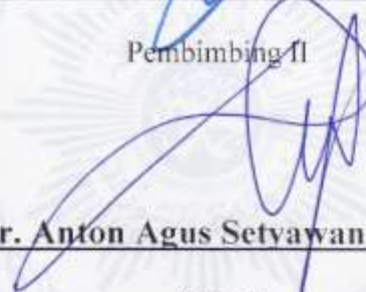
Yang dipersiapkan dan disusun oleh
GUSTI DILLA KHARISMA
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 14 Desember 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

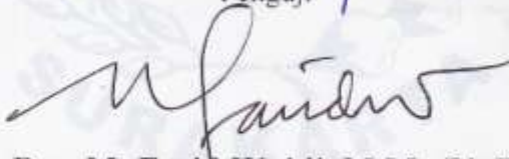
Pembimbing I


Prof. Dr. H.M. Wahyuddin, M.S.

Pembimbing II

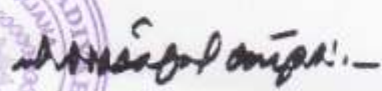

Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si.

Penguji


Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D

Surakarta, 15 Desember 2016
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Sekolah Pascasarjana
Direktur,




Prof. Dr. Khudzaifah Dimiyati

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Gusti Dilla Kharisma

NIM : P 100140047

Program studi : Magister Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul tesis : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Word Of Mouth*
Terhadap Loyalitas Pelanggan dr. Sophia House of Beauty
Banjarmasin

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti tesis ini jiplakan dan terdapat plagiasi, gelar yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 14 November 2016

Yang membuat pernyataan,



Gusti Dilla Kharisma

MOTTO

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah **(HR. Tirmidzi)**”

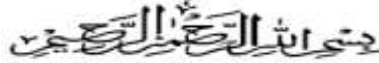
“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan **(Al-Mujadillah:11)**”

PERSEMBAHAN

Dengan segala doa dan ouji syukur kehadiran Allah SWT, karya ini peneliti persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang memberikan segala kemudahan dan kelancaran dalam tesis.
2. Bapak, Ibu dan Suami tercinta yang selalu memberikan motivasi dan menjadi penyemangat dalam menyelesaikan tesis.
3. Kakak dan adikku Gusti Arya Nugraha dan Gusti Nazar Nugraha yang selalu memberikan semangat.
4. Sahabat-sahabat tersayang Acik, stefi dan oos yang selalu ada sebagai penyemangat.
5. Teman-temang Magister manajemen 2014 dan Erni yang selalu membantu dalam belajar.
6. Almamater UMS.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikumWr. Wb

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT, Tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Banyak kendala dalam penyusunan Tesis ini, namun berkat bantuan dari berbagai pihak akhirnya kendala tersebut dapat teratasi. Atas segala bantuannya disampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Prof. Dr. Bambang Setiaji selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Khudzaifah Dimyati selaku Direktur Pascasarjana.
3. Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
4. Prof. DR. H. M. Wahyuddin sebagai pembimbing satu dan Dr. Anton Agus Setyawan, M.Si sebagai pembimbing dua atas segala arahan dan bimbingannya.
5. Klinik dr. Sophia *House of Beauty* Banjarmasin sebagai tempat melakukan penelitian dan memperoleh data.
6. Segenap dosen program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali peneliti dengan disiplin ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
7. Kedua orangtua, suami, kakak dan adik yang selalu memberikan kebahagiaan, motivasi dan semangat.
8. Rekan-rekan yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan Tesis ini.
9. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga amal kebaikan tersebut mendapat imbalan dari Allah SWT. Semoga Tesis ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alikum, Wr. Wb.

Surakarta, 14 November 2016

Gusti Dilla Kharisma

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING I	ii
NOTA PEMBIMBING II	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori	6
1. Loyalitas Pelanggan	6
2. Kualitas Pelayanan	8
3. Kepuasan Pelanggan	11
4. Kekuatan Hubungan	12
5. Word of Mouth	13
B. Penelitian Terdahulu	15
C. Kerangka Penelitian	20
D. Pengembangan Hipotesis	20

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain dan Obyek Penelitian	23
1. Desain Penelitian	23
2. Obyek Penelitian.....	23
B. Populasi, Sampel dan Sampling.....	23
C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	24
1. Definisi Operasional	24
2. Pengukuran Variabel.....	27
D. Data dan Teknik Pengumpulan Data	27
1. Jenis Data	27
2. Teknik Pengumpulan Data	28
3. Uji Instrumen.....	28
a. Uji Validitas	28
b. Uji Realibilitas	29
E. Teknik Analisis Data	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	33
B. Deskripsi Responden Penelitian	33
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	33
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan....	34
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	35
C. Analisis Data	35
1. Hasil Uji Deskriptif Data	35
2. Hasil Uji Instrumen Penelitian	36
a. UjiValiditas	36
b. UjiReliabilitas	39
3. Analisis Jalur Path.....	39
a. Persamaan Analisis Jalur I.....	39
b. Persamaan Analisis Jalur II	40
4. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	41
a. Persamaan I (pengaruh tidak langsung).....	41
b. Uji Determinasi Persamaan I.....	42
c. Persmaan II (pengaruh langsung)	43
d. Uji Determinasi Persamaan II.....	44
5. Diagram Analisis Jalur	45

6. Pengujian Hipotesis	46
a. Uji F.....	46
b. Uji t.....	48
D. Pembahasan	55

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	58
B. Keterbatasan Penelitian	58
C. Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 4.1 karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.2 karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan	33
Tabel 4.3 karakteristik Responden Berdasarkan Umur	34
Tabel 4.4 Deskripsi Data Penelitian	34
Tabel 4.5 Hasil Uji Faktor KMO dan Bartlett	36
Tabel 4.6 Hasil Uji Rotated Component Matrix	37
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha.....	38
Tabel 4.8 Koefisien Jalur Persamaan I.....	38
Tabel 4.9 Koefisien Jalur Persamaan II.....	39
Tabel 4.10 Pengaruh Tidak Langsung X_1 , X_2 , X_3 terhadap Z melalui Y...	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Determinasi Persamaan I	41
Tabel 4.12 Pengaruh Langsung X_1 , X_2 , X_3 , Y Terhadap Z	42
Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi Persamaan II.....	43
Tabel 4.14 Hasil Uji F Persamaan I	45
Tabel 4.15 Hasil Uji F Persamaan II	46
Tabel 4.16 Hasil Uji t Persamaan I.....	47
Tabel 4.17 Hasil Uji t Persamaan II	49
Tabel 4.18 Hasil Uji t Persamaan III.....	52
Tabel 4.19 Kesimpulan Hipotesis	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 Diagram Analisi Jalur	44
Gambar 4.2 Diagram Hipotesis	53

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Lembar Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 2 Data Mentah Jawaban Responden	67
Lampiran 3 Deskripsi Responden	83
Lampiran 4 Hasil Uji Deskripsi Data	84
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	84
Lampiran 6 Hasil Uji Path	89

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kekuatan hubungan dan *word of mouth* terhadap loyalitas pelanggan. Data diperoleh dari 130 responden yang merupakan pelanggan klinik kecantikan dr. Sophia *house of beauty* Banjarmasin. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*). Hasil pengujian instrumen menyimpulkan bahwa semua variabel valid dan reliabel sebagai alat pengumpul data. Dari hasil analisis data didapatkan bahwa: 1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *word of mouth* 2) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*. 3) kekuatan hubungan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *word of mouth*. 4) *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kekuatan hubungan, word of mouth dan loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influence of service quality, customer satisfaction, tie strength and word of mouth on customers' loyalty. Data was collected from 130 respondents who are customers' beauty clinic of dr. Sophia house of beauty Banjarmasin. The analytical method used is path analysis. The test results concluded that all variables instruments valid and reliable as a means of collecting data. Data analysis showed that: 1) the quality of service is not positive and not significant to the word of mouth 2) customer satisfaction is significant and positive effect on word of mouth. 3) Tie strength is not positive and not significant to the word of mouth. 4) word of mouth positive and significant impact on customer loyalty.

Keywords: service quality, customer satisfaction, tie strength, word of mouth and customers' loyalty